

N°82
AUTOMNE
2022

LA LETTRE AUX
ACTIONNAIRES



PERFORMANCE &
ACTUALITÉS

VIVATECH 2022 :
L'ORÉAL DÉVOILE
SA VISION DU FUTUR
DE LA BEAUTÉ

RETOUR SUR LE
E-SALON
BOURSOLIVE

L'ORÉAL
FINANCE



“
L'Oréal progresse
deux fois plus vite que
le marché de la beauté
et renforce ainsi sa
position de N°1 mondial.
Notre performance est
de plus en plus
équilibrée.”

NICOLAS HIERONIMUS
Directeur Général de L'Oréal

Chers actionnaires,
Votre Groupe a publié ses résultats
semestriels le 28 juillet. L'Oréal réalise au
premier semestre une croissance remarquable
de +13,5% en comparable et +20,9% en publié.

Après deux années de pandémie, les consommateurs
sont heureux de retrouver une vie sociale plus intense
et veulent se faire plaisir avec des produits de beauté
innovants et de qualité supérieure, ce qui stimule le
marché de la beauté. L'Oréal progresse deux fois plus vite
que le marché et renforce ainsi sa position de N°1 mondial.

Notre performance est de plus en plus équilibrée.
Équilibrée entre croissance volume et valeur. Équilibrée
entre croissance des ventes en magasins, avec la
réouverture des points de vente dans la plupart des
pays, et croissance du e-commerce⁽¹⁾, qui poursuit
sa progression à deux chiffres. Équilibrée par Zone
géographique, toutes en croissance à deux chiffres,
avec une forte progression dans les pays émergents
(SAPMENA-SSA⁽²⁾, Amérique latine); la Chine
continentale réalise une performance spectaculaire
dans un contexte très difficile, grâce à notre expertise en
e-commerce. Équilibrée par Division, avec une croissance
à deux chiffres dans nos trois Divisions sélectives et une
accélération sensible de la Division des Produits Grand
Public au deuxième trimestre. Enfin, toutes nos grandes
catégories sont en croissance à deux chiffres.

Nous avons démontré notre capacité à valoriser notre
portefeuille par l'innovation et à contrôler nos coûts.
Ceci nous a permis d'absorber l'impact de la hausse
des prix des matières premières, d'atténuer les tensions
dans la chaîne logistique et de continuer d'investir
efficacement dans nos marques. Notre rentabilité s'est
encore améliorée, contribuant ainsi à créer de la valeur
durable pour le long terme.

Notre programme L'Oréal pour le Futur a franchi une
étape importante : après les États-Unis en 2021, nous
avons atteint la neutralité carbone pour l'ensemble de
nos sites de la Zone Asie du Nord. De plus, le succès
de notre 3^e plan d'actionnariat salarié, déployé dans
plus de 60 pays, démontre le fort engagement de nos
collaborateurs dans le monde entier.

Conscients des incertitudes et de l'instabilité actuelle,
nous sommes convaincus que notre modèle unique et
équilibré, notre formidable capacité d'innovation, notre
solide portefeuille de marques, la passion et l'agilité
de nos équipes ainsi que notre solidité financière sont
autant d'atouts pour poursuivre notre stratégie de
croissance rentable et durable.

Nous restons optimistes quant aux perspectives du
marché mondial de la beauté et confiants dans notre
capacité à surperformer le marché pour réaliser, en
2022, une nouvelle année de croissance du chiffre
d'affaires et des résultats.

CHIFFRE D'AFFAIRES AU 30 JUIN 2022



Plus d'informations sur loreal-finance.com

(1) Chiffre d'affaires sur nos sites en propre et avec les sociétés de commerce en ligne + estimation du chiffre d'affaires réalisé par nos marques correspondant aux ventes sur les sites e-commerce de nos distributeurs (donnée non auditée).

(2) SAPMENA-SSA : South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub-Saharan Africa (Asie du Sud, Pacifique, Moyen-Orient, Afrique du Nord et Afrique Subsaharienne).

(3) À données comparables : à structure et taux de change identiques.



JEAN-PAUL AGON HONORÉ PAR LA PRESTIGIEUSE RÉCOMPENSE **APPEAL OF CONSCIENCE AWARDS**

Jean-Paul Agon, Président de L'Oréal, s'est vu décerner le Prix 2022 de la Fondation *Appeal of Conscience*, une organisation qui fait progresser depuis plus de 50 ans une vision inspirante de la paix. À travers cette prestigieuse distinction, la fondation récompense son *leadership* et son engagement pour le respect de la dignité humaine, de la diversité et de l'inclusion.

CRÉATION DE **BOLD FEMALE FOUNDERS** POUR INVESTIR DANS DES *START-UPS* FONDÉES PAR DES FEMMES

L'Oréal a annoncé le lancement d'une initiative en matière de financement en capital-risque de l'entrepreneuriat, reflétant l'engagement du Groupe à favoriser l'égalité femmes-hommes. Cette initiative, développée au sein du fonds de capital-risque *BOLD, Business Opportunities for L'Oréal Development*, sera dotée d'une première tranche d'un montant de 25 millions d'euros. *BOLD Female Founders* se concentrera sur des opportunités d'investissement dans l'écosystème mondial de la beauté au sens large : marques, *Beauty Tech*, biotech et sciences vertes.

CHRISTOPHE BABULE, INVITÉ AU WEBINAIRE **THE BULL CLUB D'ETORO**

Le Directeur Général Administration et Finances de L'Oréal s'est exprimé en direct lors du webinaire *The Bull Club Conversations* avec des leaders organisé par eToro, réseau d'investissement social dont l'ambition est de révolutionner les façons d'investir et d'améliorer l'éducation financière des investisseurs. À cette occasion, Christophe Babule a apporté son éclairage sur les perspectives du marché de la beauté, ainsi que sur le digital, le e-commerce et l'innovation, qui sont au cœur de la stratégie du Groupe.



Retrouvez le webinaire dans son intégralité en

scannant ce QR code



GRANDS PRIX DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ET DE LA MIXITÉ 2022 : **L'ORÉAL RECONNU PAR L'INSTITUT DU CAPITALISME RESPONSABLE**

L'Oréal a reçu le Grand Prix de la Raison d'Être et des engagements ESG lors de la cérémonie des Grands Prix de l'Assemblée Générale et de la Mixité 2022, organisée par l'Institut du Capitalisme Responsable. À cette occasion, Christophe Babule, Directeur Général Administration et Finances de L'Oréal, a participé à une table ronde animée par Nicole Notat et témoigné du rôle essentiel de la Raison d'Être du Groupe, qui guide ses actions et engagements au quotidien, et renforce son modèle de développement visant à combiner création de valeur financière et création de valeur environnementale et sociale.



+10%

Devenez actionnaire au nominatif :

- Bénéficiez de la **PRIME DE FIDÉLITÉ** de +10%

Un dividende majoré : 5,28 €⁽¹⁾ au lieu de 4,80 €⁽²⁾

- Recevez directement les **INFORMATIONS FINANCIÈRES** de L'Oréal

Pour en savoir plus, consultez la rubrique Actionnaires sur le

site Internet : **loreal-finance.com**

⁽¹⁾ Pour les actions continuellement inscrites au nominatif depuis deux années calendaires minimum au 31/12/2022, dans la limite de 0,5% du capital pour un même actionnaire.

⁽²⁾ Dividende voté à l'Assemblée Générale du 21 avril 2022.



VIVATECH 2022 : L'ORÉAL DÉVOILE SA VISION DU FUTUR DE LA BEAUTÉ

Le groupe L'Oréal a participé au salon Viva Technology (VivaTech) 2022, le plus grand événement européen dédié à l'industrie technologique, qui s'est tenu en juin à Paris. À cette occasion, les visiteurs ont pu découvrir la beauté à l'heure du Web3 et du métavers⁽¹⁾, ainsi que des innovations à expérimenter à domicile, en boutique ou en salon.

L'Oréal a participé à la sixième édition de VivaTech avec un stand de 325 m² à la pointe de la technologie, sur lequel le Groupe a présenté des expériences beauté immersives développées par les principales marques de son portefeuille de produits de luxe, grand public, professionnels et de cosmétique active.

L'Oréal continue de façonner le futur de la beauté en s'appuyant sur plus d'un siècle de savoir-faire industriel pour créer des expériences de beauté multisensorielles uniques. Précurseur d'avancées dans le diagnostic de peau, la téléconsultation

et les essais virtuels permis grâce au Web2, L'Oréal explore aujourd'hui les possibilités offertes par le Web3 pour des expériences de beauté à destination d'une nouvelle génération de consommateurs. La beauté « on-chain » représente l'opportunité de rassembler les consommateurs et les créateurs sur les plateformes émergentes pour participer à une nouvelle économie de la beauté.

Les visiteurs de VivaTech ont pu expérimenter sur place, sur le stand L'Oréal, le futur de la beauté (voir ci-dessous).

(1) Un métavers est un monde virtuel fictif. Le terme est utilisé pour décrire une future version d'Internet où des espaces virtuels, persistants et partagés sont accessibles via interaction 3D.



LA BEAUTY TECH AUGMENTE L'EXPÉRIENCE LANCÔME

Lancôme réinvente le futur de la distribution avec des produits et des services pour l'ensemble de ses points de contact avec les consommateurs : physiques, numériques et virtuels. Absolué Dual-LED Youth Treatment est un nouvel appareil accessible en magasin, qui utilise la luminothérapie par LED brevetée et délivre une formule de soin de luxe pour traiter la peau et réduire l'apparence des rides et des ridules.

LA BEAUTÉ « ON-CHAIN »

NYX Professional Makeup souhaite accompagner la prochaine génération de créateurs en lançant le premier label décentralisé de créateurs de beauté 3D du Web3, et dessiner les codes de la beauté à l'heure du métavers.

La marque **Mugler** a célébré l'anniversaire de son parfum emblématique « Angel » avec le lancement de sa première collection de NFT, les « 3D Angels », conçus par un artiste Web3. Fidèle à l'ADN de la marque, « Le monde réel ne suffit pas », Mugler pose la première pierre de son programme de fidélité *on-chain*.

PARFUM LUXE & TECH

Créée en partenariat, avec EMOTIV, leader en neurotech, **Scent-Sation d'Yves Saint Laurent Beauté** est une expérience en point de vente unique en son genre, qui accompagne le consommateur au cœur du monde du parfum. Grâce à un casque multicapteurs basé sur la technologie de l'EEG (électroencéphalogramme), Scent-Sation dévoile les réponses émotionnelles des consommateurs aux différentes familles de senteurs et les analyse afin de pouvoir identifier et sélectionner la fragrance qui correspond le mieux à leurs émotions.

LE SALON DU FUTUR PROPULSÉ PAR LA TECH

Le **L'Oréal Water Saver**, désigné comme l'une des 100 meilleures inventions de 2021 par le magazine Time, est une technologie révolutionnaire inspirée du fractionnement utilisé dans les moteurs de fusée pour créer une expérience de lavage des cheveux d'exception et efficace, tout en réduisant la consommation d'eau de 61% par rapport aux méthodes standards.



LE COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES DE L'ORÉAL À VIVATECH

Le 16 juin 2022, L'Oréal a tenu son Comité Consultatif des Actionnaires (CCA) sur le salon VivaTech. Après un « Explorer Tour spécial Start-ups » au sein du salon, les membres du Comité ont été accueillis par les équipes du stand L'Oréal pour assister à la présentation des innovations digitales et services inédits, de la conception des produits en laboratoire à l'expérience beauté en magasin. Que ce soit en créant un Rouge Sur Mesure d'Yves Saint Laurent, en réalisant un diagnostic de peau basé sur l'intelligence artificielle chez Lancôme, ou encore en mesurant l'impact environnemental du pommeau Water Saver de Gjosa, les participants ont pu voir concrètement comment L'Oréal intègre la technologie, l'intelligence artificielle, la réalité augmentée, ou encore les données pour inventer le futur de la beauté.



“
Notre ambition est d’allier performance financière et performance sociale et environnementale, car l’une ne va pas sans l’autre. Ce sont des enjeux fondamentaux pour notre planète et pour le bien collectif.”

CHRISTOPHE BABULE,
 Directeur Général Administration
 et Finances de L’Oréal

RETOUR SUR LA PARTICIPATION DE L’ORÉAL À BOURSOLIVE, LE E-SALON DÉDIÉ AUX INVESTISSEURS INDIVIDUELS

Les 27 et 28 juin, L’Oréal a participé aux rencontres de BoursoLive, le e-salon de Boursorama dédié aux investisseurs individuels. Les internautes ont pu découvrir le stand virtuel de L’Oréal, y interagir et consulter la documentation du Groupe.

Le fil rouge de cette édition portait sur les choix d’investissement à faire dans ce contexte économique inédit auquel l’investisseur individuel doit faire face – contexte marqué par l’inflation, une remontée des taux et des tensions géopolitiques, qui alimentent une hausse du coût des matières premières.

À cette occasion, Christophe Babule, Directeur Général Administration et Finances du Groupe, a présenté le modèle de L’Oréal et a répondu aux questions des actionnaires internautes.

Malgré la notoriété de L’Oréal, les consommateurs et les investisseurs n’ont pas toujours conscience de l’étendue de l’activité du Groupe. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Christophe Babule : L’Oréal a été créé il y a plus de 110 ans par un chimiste, Eugène Schueller. Le Groupe n’a cessé de grandir depuis pour devenir le N°1 mondial de la beauté avec le plus beau portefeuille de marques, d’environ 80 références, dont 35 marques mondiales.

Notre première Division en taille est L’Oréal Luxe, dont font partie Lancôme, Yves Saint Laurent, Giorgio Armani et des marques Couture telles que Valentino et Prada qui ont rejoint récemment nos marques de parfum Mugler, Azzaro ou encore Ralph Lauren.

Notre deuxième Division en taille, et de loin la plus importante en volume, est la Division des Produits Grand Public, notamment présents en grande surface avec L’Oréal Paris, Garnier, Maybelline New York, Mixa en France, et bien d’autres.

Notre troisième Division est celle des Produits Professionnels, que vous trouvez chez les coiffeurs, avec L’Oréal Professionnel, ainsi que des marques premium⁽¹⁾ comme Kérastase et Redken.

Enfin, notre Division Cosmétique Active correspond aux marques distribuées en pharmacie, telles que La Roche-Posay, Vichy ou CeraVe.

La majorité de ces marques est entrée progressivement dans le giron du Groupe à travers des acquisitions ciblées. Le marché ne cesse de croître et nous estimons que la part de marché du groupe L’Oréal dans cet univers est de plus de 14%. Fort de ses 85 400 collaborateurs, d’une présence dans toutes les catégories de la beauté et dans plus de 150 pays, notre Groupe a réalisé un chiffre



d'affaires de 32,28 milliards d'euros en 2021, avec toujours des objectifs de conquête de parts de marché.

Comment le Groupe peut-il affronter ce contexte inflationniste sans dégrader sa rentabilité ?

C.B. : L'Oréal possède un bilan très solide, ce qui nous a permis de traverser la crise de la Covid-19 de façon sereine. Grâce à cette solidité financière, nous avons pu soutenir nos partenaires comme les coiffeurs et les fournisseurs. Nous avons à faire face à des vents contraires, mais nous savons gérer ce type de situation. Chez L'Oréal, grâce à notre capacité d'innovation, nous lançons 10 à 15 % de nouveaux produits chaque année, ce qui nous permet de valoriser nos gammes auprès des consommateurs. Ainsi, nous réussissons à croître non seulement en volume mais également en valorisation.

L'innovation fait partie de l'ADN de L'Oréal, qui est né de la Recherche. La Recherche & Innovation de L'Oréal représente plus d'un milliard d'euros de budget annuel, plus de 4 000 chercheurs dans le monde, ainsi que 517 brevets déposés en 2021. Nous sommes convaincus que cette capacité d'innovation va nous permettre de maintenir et renforcer notre position de N° 1.

Le développement durable est devenu l'une des forces de votre Groupe. Quelles mesures prenez-vous pour soutenir la biodiversité et saisir les opportunités de développement ?

C.B. : Au travers de notre programme L'Oréal pour le Futur, nous apportons une transformation profonde pour que L'Oréal assoie son *leadership* en matière de développement durable. Nous avons récemment reçu, pour la 6^e année consécutive, le meilleur score (AAA) du CDP pour nos actions en matière de lutte contre le changement climatique, de préservation des forêts et de gestion durable de l'eau. Nous avons également réussi à atteindre la neutralité carbone sur l'ensemble de nos sites aux États-Unis et dans la zone Asie du Nord (scopes 1 & 2). Nous avons par ailleurs investi dans des fonds à impact, en mettant notamment à disposition une enveloppe de 50 millions d'euros pour des projets dédiés à la régénération de la nature. Nous sommes conscients que la biodiversité joue un rôle très important dans l'atteinte de nos objectifs globaux, basés sur des objectifs scientifiques. Notre ambition est d'allier performance financière et performance sociale et environnementale, car l'une ne va pas sans l'autre. Ce sont des enjeux fondamentaux pour notre planète et pour le bien collectif.



Retrouvez le replay intégral du webinaire en

scannant ce QR code



(1) Haut de gamme.

(2) Le CDP est une organisation à but non lucratif qui encourage les entreprises à publier leurs données environnementales et évalue leur performance en matière de développement durable ainsi que leurs efforts de transparence.



« Nos équipes sont composées de 69% de femmes et nous regardons l'écart des salaires à poste équivalent à travers l'ensemble de l'entreprise. »

Margaret Johnston-Clarke, Directrice Diversité et Inclusion de L'Oréal, a également pris la parole lors de la table ronde « Investir au Féminin ».

Comment s'assure-t-on chez L'Oréal d'éviter les biais et le phénomène du plafond de verre, qui peuvent freiner l'ascension des femmes ?

Nous suivons ce sujet depuis 20 ans dans l'ensemble des pays où opère le Groupe, ce qui nous permet de mesurer où se trouvent les freins. Nous avons déployé des mesures concrètes, comme l'analyse des écarts de salaire, que nous suivons depuis 2007 en France, et depuis quelques années au niveau international. Nous avons mis en place des outils pour éviter ces écarts, car malgré ce que nous pensions, il y en avait. Ceci nous a permis d'en prendre conscience et de les rectifier. Nos équipes sont composées de 69% de femmes et nous visons évidemment l'égalité salariale à poste équivalent à travers l'ensemble de l'entreprise. À titre d'exemple, pour L'Oréal en France, l'écart des rémunérations médianes est réduit à zéro depuis 2019. Nos efforts ont été reconnus en 2022 par le Gender-Equality Index (GEI) de Bloomberg, pour la cinquième année consécutive.

Pour nous aider à mesurer et avancer plus vite, on peut aussi avoir recours aux certifications réalisées par des tiers, comme GEEIS ou EDGE. Plus de 30 de nos pays à travers le monde, ainsi que notre siège, travaillent avec ces organismes. Cela nous permet d'établir une feuille de route pour savoir où se situent les inégalités entre les femmes et les hommes.

Actuellement, les femmes représentent près de 60 %, des dirigeants de nos marques internationales, près de 49 % de nos expatriés, et plus de 55 % de nos postes clés à travers le monde.



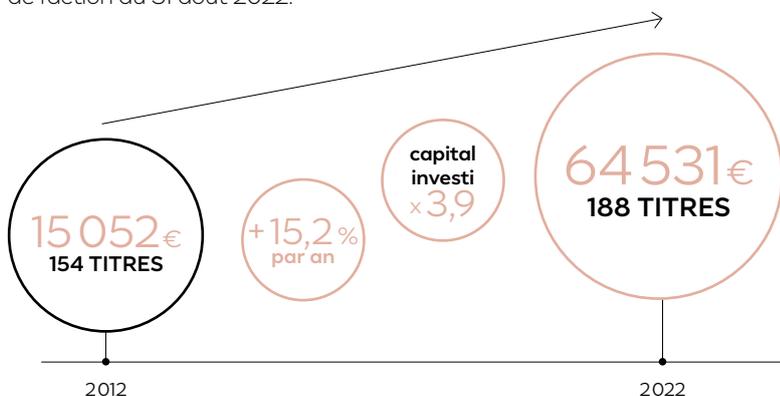
Retrouvez le replay intégral de la table ronde en

scannant ce QR code



RENTABILITÉ TOTALE POUR L'ACTIONNAIRE⁽¹⁾

Parmi les différents indicateurs économiques et financiers de mesure de création de valeur, L'Oréal a retenu la rentabilité totale pour l'actionnaire, souvent intitulée *Total Shareholder Return* (TSR). Cet indicateur constitue, en effet, une mesure synthétique qui intègre à la fois la valorisation du titre et les revenus perçus sous forme de dividendes hors impôts sur la plus-value de cession et sur les dividendes, sur la base de la valeur de l'action au 31 août 2022.



HYPOTHÈSE

Rendement total pour l'actionnaire sur dix ans, pour près de 15 000 € investis en actions L'Oréal, dividendes réinvestis, hors frais bancaires et fiscalité.

TAUX DE RENDEMENT ACTUARIEL

Sur la base du cours du 31 août 2022

+15,7 %
SUR 5 ANS

+15,2 %
SUR 10 ANS

+9,9 %
SUR 20 ANS

SUR 5 ANS, L'ACTION L'ORÉAL SURPERFORME LE CAC 40

L'Oréal vs CAC 40 du 31 août 2017 au 31 août 2022⁽²⁾



Variation du 31 août 2017 au 31 août 2022

ACTION L'ORÉAL :
+93,50 %

CAC 40 :
+20,40 %

(1) Taux de rendement actuariel de l'investissement, en supposant la revente des titres au cours du 31 août 2022. (2) Indice CAC 40 re-basé sur le cours de Bourse de L'Oréal depuis le 31/08/2017 // Source : Refinitiv, cours de Bourse au 31/08/2022.

Société anonyme au capital de 107 345 775,20 euros - 632 012 100 RCS Paris - Code NAF : 2042 Z - Code ISIN : FR0000120321 - Siège social : 14, rue Royale, 75008 Paris - Siège administratif : 41, rue Martre, 92117 Clichy Cedex - Numéro Vert : 0 800 66 66 66 (appel gratuit). Pour plus d'informations, écrivez à L'Oréal, Direction de la Communication Financière, 41, rue Martre, 92117 Clichy Cedex, consultez le site Internet www.loreal-finance.com, téléchargez l'appli mobile L'Oréal Finance ou contactez-nous par e-mail à relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com. Crédits photos : Lancôme (couverture), Stéphane de Bourgies / L'Oréal, Alain Buu / L'Oréal (p. 2), Thomas Cogny - Divergence / L'Oréal, Marc Mellet / L'Oréal (p. 3), Frédérique Toulet / L'Oréal (p. 4), Frédérique Toulet / L'Oréal, Alain Buu / L'Oréal (p. 5), Julien Mignot Studio J'adore Paris / L'Oréal, L'Oréal (p. 6), Andrane de Barry / L'Oréal (p. 7). Réalisation : Makassar. Ce document a été imprimé avec des encres végétales et un vernis acrylique à base d'eau par un imprimeur adhérent de l'association Culture Papier et labellisé Print Ethic et EcoVadis Gold.

UNE ÉQUIPE DISPONIBLE ET À L'ÉCOUTE DES ACTIONNAIRES

CHRISTIAN MUNICH

Directeur des Relations Actionnaires Individuels et Autorités de marché

ANGÉLIQUE FRUCHTENREICH

Responsable des Relations Actionnaires Individuels

relations_actionnaires_individuels@loreal-finance.com

Tél. en France : 0 800 66 66 66

Tél. hors France : + 33 1 40 14 80 50

L'AGENDA

20 octobre 2022 :

chiffre d'affaires au 30 septembre 2022 (après Bourse)

Pour rester informé des autres dates clés, merci de consulter notre site Internet :

loreal-finance.com

COMITÉ CONSULTATIF DES ACTIONNAIRES

Le Comité Consultatif des Actionnaires Individuels se renouvelle par tiers chaque année.

Si vous souhaitez le rejoindre,

nous vous invitons à candidater sur notre site internet :

loreal-finance.com/fr/comite-consultatif

L'ACTIONNAIRE CONNECTÉ

Téléchargez l'application mobile L'Oréal Finance⁽³⁾ et suivez l'actualité de votre entreprise en direct.



Pour recevoir la Lettre aux Actionnaires par e-mail, renseignez votre adresse sur : loreal-finance.com/fr/rester-informé

(3) Disponible gratuitement sur l'App Store et Google Play.